

# 2011-2015年中国中药化妆品行业市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2011-2015年中国中药化妆品行业市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/rihua1101/L216189LI2.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-01-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国中药化妆品行业市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国药妆品产业运行环境、全球化妆品行业状况及发展趋势等，接着分析了中国药妆品产业运行的现状，然后介绍了中国中药化妆品行业竞争格局。随后，报告对中国药妆品产业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国中药化妆品产业发展前景与投资预测。您若想对中药化妆品产业有个系统的了解或者想投资中药化妆品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国的古代人在几千年前就已知道了利用天然药物内服或外用达到美容的目的，在古籍中这方面的记载很多。然而利用中草药护肤美容热却是近些年兴起的，据番，仅我国目前研制的化妆品中使用的中草药就达到500余种以上。化妆品广告也均打出“取自天然精华的王牌”。

## 第一章 2010年中国药妆品产业运行环境分析

### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2010年中国药妆政策环境分析

- 一、“药妆”市场，政策仍扑朔迷离
- 二、《化妆品生产企业卫生规范》
- 三、《化妆品卫生监督条例》
- 四、《化妆品卫生监督条例实施细则》
- 五、《进出口化妆品监督检验管理办法》

### 第三节 2010年中国药妆社会环境分析

## 第二章 2010年全球化妆品行业状况及发展趋势预测分析

### 第一节 2010年全球化妆品市场运行动态分析

- 一、全球化妆品市场规模分析

## 二、全球化妆品品牌市场结构

### 1、北美

### 2、欧洲

## 三、天然化妆品的产品及市场销售情况

## 四、国际化妆品产品研发潮流

## 第二节 2010年全球药妆品市场分析

### 一、药妆品的概念

### 二、全球药妆品市场规模

### 三、药妆品市场潜力分析

### 四、化妆品回归天然 中草药全球受宠

## 第三节 2011-2015年全球化妆品的发展趋势

### 一、化妆品流行趋势

### 二、全球化妆品原料市场的流行新趋势

## 第三章 2010年中国化妆品行业运行情况分析

## 第一节 2010年国内化妆品市场发展现状分析

### 一、2010年中国化妆品市场需求分析

### 二、2010年中国化妆品行业消费结构分析

### 三、2010年中国化妆品企业发展分析

### 四、2010年化妆品外资品牌分析

### 五、中国化妆品年销售情况分析

## 第二节 2010年中国化妆品市场用户与品牌调查分析

### 一、中国化妆品渗透率分析

### 二、不同化妆品品牌市场占有率分析

### 三、化妆品用户特征与结构分析

## 第四章 2010年中国药妆品产业运行态势分析

## 第一节 2010年中国药妆品市场规模分析

## 第二节 2010年药妆品市场发展驱动因素

### 一、消费者功能性需求

### 二、制药企业经营困境突现

### 三、药妆品行业进入壁垒及盈利性

### 第三节 2010年中药化妆品市场现状分析

- 一、中药化妆品的开发应用
- 二、中药化妆品市场现状
- 三、中药化妆品出口形势

### 第四节 2010年中国药妆品行业发展存在的问题

- 一、中国药妆品定义缺位
- 二、消费者药妆品接受程度分析
- 三、药妆品目标战略失重
- 四、药妆品行业竞争混乱

## 第五章 2008-2010年中国化妆品制造行业主要数据监测分析

### 第一节 2008-2010年中国化妆品制造行业总体数据分析

- 一、2008年中国化妆品制造行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国化妆品制造行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

### 第二节 2008-2010年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2010年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2008-2010年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2008年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2009年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2010年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

## 第六章 2010年中药提取物在化妆品中的研究应用及现状分析

### 第一节 2010年中药提取物的分类及其在化妆品中的应用现状

- 一、中药提取物概念
- 二、中药提取物的分类
- 三、中药提取物在化妆品中的应用

### 第二节 2010年中药化妆品与国外“绿色化妆品”对比

- 一、生产工艺和生产设备方面
- 二、质量控制方面

### 三、在中药功效化妆品应用方面

## 第七章 2010年中草药添加剂标准体系研究分析

### 第一节 2010年中草药添加剂标准体系的意义

### 第二节 2010年中草药添加剂质量研究

#### 一、中草药添加剂质量稳定性、可控性和均一性的研究

#### 二、工艺的可重复性和可控制性研究

#### 三、功效的可评价性和安全性的研究

#### 四、质量保证体系的研究

### 第三节 2010年中药添加剂在化妆品中的应用展望

## 第八章 2010年中国中药化妆品市场销售分析

### 第一节 2010年中国中药化妆品营销渠道

#### 一、药店分析

#### 二、医院分析

#### 三、专业美容机构分析

#### 四、直销分析

### 第二节 2010年中国药妆市场品牌营销解析

#### 一、欧莱雅妆品公司旗下品牌薇姿

#### 二、肤螨灵霜

#### 三、&ldquo;康美欣&rdquo;祛痘产品&ldquo;痤疮净&rdquo;打开药妆市场

#### 四、&ldquo;白大夫&rdquo;选择OTC（药妆市场）作为加强其医学美白的功能定位

#### 五、佰草集

#### 六、上海家化家的清妃

#### 七、启臣堂

### 第三节 2010年中国药妆市场营销模式弊端

### 第四节 2010年中国药妆市场经营新方向

#### 一、经营独立

#### 二、托管经营

## 第九章 2010年中国中药化妆品行业竞争格局分析

### 第一节 2010年中国药妆产业竞争现状分析

一、药妆巨大市场的抢夺

二、中国内地药妆市场的渠道竞争分析

三、国产药妆市场的竞争分析

第二节 2010年中国中药化妆品竞争优势劣势分析

一、中药化妆品竞争优势

二、中药化妆品竞争劣势

第三节 2010年中国药妆品企业品牌战略分析

一、品牌在市场营销中的功能

二、品牌化经营是药妆品企业生存根本之道

三、商标是创造品牌的关键

第十章 2010年中国药妆品产业优势企业竞争力分析

第一节 广州敬修堂（药业）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 广州药业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京同仁堂股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第四节 成都地奥集团有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第五节 广东顺峰药业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第六节 养颜堂制药有限公司

#### 一、企业现状

#### 二、化妆品品种结构

#### 三、企业发展战略

### 第七节 健康元药业

#### 一、企业现状

#### 二、化妆品品种结构

#### 三、企业发展战略

## 第十一章 2010年中国中药化妆品产业运行分析

### 第一节 2010年中药行业运行概况

#### 一、中药产业增长态势平稳

#### 二、行业整体素质明显提高

#### 三、技术平台建设不断加强

#### 四、国家重视中药产业的发展

### 第二节 2010年行业关联性竞争者分析

### 第三节 2011-2015年中国中药行业发展趋势



## 第十二章 2011-2015年中国中药化妆品发展前景与投资预测分析

### 第一节 2011-2015年中国中药现代化发展纲要

#### 一、中药现代化发展的战略目标

#### 二、主要措施

### 第二节 2011-2015年中国药妆行业发展前景分析

#### 一、药妆品行业的发展方向

#### 二、药妆市场的发展潜力巨大

### 第三节 2011-2015年中国药妆市场发展前景分析

#### 一、中国药妆市场年平均增长率预测分析

#### 二、药妆市场的销售预测

#### 三、药妆产业需求预测分析

### 第四节 2010年中国药妆行业投资环境分析

#### 一、中药护肤在化妆品市场的定位

#### 二、制药企业不断进入

### 第五节 2011-2015年中药化妆品行业投资机会分析

#### 一、祛斑化妆品的配方设计 and 应用前景

#### 二、原生态植物化妆品市场的发展前景广阔

#### 三、新概念化妆品市场前景广阔

### 第六节 2011-2015年中药化妆品行业投资风险分析

### 第七节 2011-2015年中药化妆品的投资策略与建议

#### 一、化妆品营销模式研究

#### 二、企业发展策略研究

#### 三、中药化妆品投资意见及建议

### 图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司主要经济指标走势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司经营收入走势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司盈利指标走势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司负债情况图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司负债指标走势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司运营能力指标走势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司成长能力指标走势图

图表：广州药业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：广州药业股份有限公司经营收入走势图

图表：广州药业股份有限公司盈利指标走势图

图表：广州药业股份有限公司负债情况图

图表：广州药业股份有限公司负债指标走势图

图表：广州药业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：广州药业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司经营收入走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司负债情况图

图表：北京同仁堂股份有限公司负债指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司成长能力指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司主要经济指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司经营收入走势图

图表：成都地奥集团有限公司盈利指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司负债情况图

图表：成都地奥集团有限公司负债指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司运营能力指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司成长能力指标走势图

图表：广东顺峰药业有限公司主要经济指标走势图

图表：广东顺峰药业有限公司经营收入走势图

图表：广东顺峰药业有限公司盈利指标走势图

图表：广东顺峰药业有限公司负债情况图

图表：广东顺峰药业有限公司负债指标走势图

图表：广东顺峰药业有限公司运营能力指标走势图

图表：广东顺峰药业有限公司成长能力指标走势图

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1101/L216189LI2.html>